



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи

ВЛАСОВА Жанна Игоревна

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ И
РОССИЙСКИХ КОНСАЛТИНГОВЫХ КОМПАНИЙ**

Специальность: 08.00.14. Мировая экономика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Санкт-Петербург

2006



Работа выполнена на кафедре мировой экономики экономического факультета
Санкт-Петербургского государственного университета

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Кузнецова Наталия Петровна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Евдокимов Александр Иванович
кандидат экономических наук
Владимилова Евгения Юрьевна

Ведущая организация: Санкт-Петербургский Государственный
Политехнический Университет

Защита состоится 2006 г. в _____ час. на заседании Диссертационного совета
Д.212.232.34 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора экономических
наук при Санкт-Петербургском Государственном Университете по адресу: 191123, Санкт-
Петербург, ул. Чайковского, д. 62, экономический факультет, ауд. _____.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени А.М. Горького Санкт-
Петербургского Государственного Университета.

Автореферат разослан «___» _____ 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук, доцент

В.И. Капусткин



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Для России проблема развития рынка консультационных услуг стала особенно актуальна в последние 10-15 лет. Ввиду долгого существования планово-административного хозяйства и отсутствия рыночных механизмов регулирования экономики, спрос на консалтинговые услуги в стране был минимальным.

Переход России на рыночные условия хозяйствования, сопровождаемых цепью непрерывных институциональных, социальных и отраслевых структурных изменений, дальнейшая интеграция в мировое хозяйство, грядущее вступление в ВТО – все это породило спрос на новые услуги, отвечающие потребностям растущей рыночной экономики. Существенное усложнение бизнеса, нехватка внутренних ресурсов для своевременного и адекватного реагирования на происходящие изменения, усиление конкуренции и поиск новых путей повышения эффективности работы отечественных предприятий привели руководителей к необходимости прибегать к помощи профессиональных консультантов.

Квалифицированный спрос со стороны реального сектора экономики на управленческие, финансовые решения и бизнес-услуги дал толчок к появлению в России нового сегмента - индустрии консалтинговых услуг, центральным компонентом которой являются консалтинговые фирмы.

По мере роста числа консалтинговых компаний, в том числе за счет прихода иностранных консультантов на российский рынок деловых услуг, усиливается конкуренция, стимулируемая глобализацией мировой экономики, стремительным научно-техническим прогрессом, распространением глобальных информационных сетей и информационно-коммуникационных технологий, либерализацией торговой политики.

Для успешной конкуренции в современных условиях ведения бизнеса консалтинговая фирма параллельно с основной деятельностью должна анализировать информацию о конкурентах и оценивать собственные конкурентные преимущества, определяющие ее конкурентоспособность по сравнению с другими участниками рынка.

В последние годы на фоне бурного развития рынка предпринимается множество попыток определить конкурентоспособность консалтинговых компаний, место отдельных фирм среди других участников, с чем связана возросшая популярность рейтингов и различных методов исследования конкурентоспособности. Последние строятся, преимущественно, на анализе материальных активов консалтинговых компаний, что приводит к недостаточной полноте и адекватности оценки их конкурентных позиций.



Вопрос оценки компаний на основе анализа нематериальных факторов конкурентоспособности остается открытым, хотя именно эти факторы являются залогом успешной конкуренции компаний на современном рынке консалтинговых услуг.

Состояние научной разработанности темы. В советское время, ввиду отсутствия рынка консалтинговых услуг, исследования в этой области не представляли практического интереса. Такими специалистами как Лузин А.Е., Елмашев О.К., Юксвярав Р.К., Хабакук М.Я., Лейманн Я. А. были разработаны некоторые вопросы теории и практики управленческого консультирования. Отечественное направление исследования проблем консалтинга начало развиваться 10-15 лет назад - вместе с появлением рыночных отношений и консалтинга как вида рыночной деятельности. Нынче множество отечественных ученых и специалистов - Посадский А.П., Пятенко С.В., Алешникова В.И., Румянцева З.П., Кубр М., Фербер М, Иванов М., Вельтман М., Шувалова И. и другие - активно занимаются вопросами консалтинга.

Значительный вклад в развитие теории консультирования внесли зарубежные ученые, такие как Макхем Л., Херлей Н., Бейч Э., Коуп М., Шафер Р. и др. Вопросам, связанным с практическим применением консалтинга, в западной литературе уделено немало внимания: существует значительное количество исследований, монографий и специализированных журналов. Постоянную работу по изучению мирового консалтингового рынка ведет компания Kennedy Information (www.consultingcentral.com).

В России за последние пять-семь лет на фоне бурного развития отрасли появилось специализированные агентства, исследующие проблемы консалтинга. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» (www.raexpert.ru) с 2000 года ведет специализированный проект, посвященный консалтингу, и результаты своих исследований регулярно публикует в журнале «Эксперт». В Интернете появилось большое количество сайтов, форумов, рубрик, посвященных проблематике консалтинга (www.consalting.ru, www.cfin.ru, www.i2r.ru, www.devbusiness.ru и др.)

Несмотря на то, что в последнее время ученые при разработке проблем экономической теории и при выработке практических рекомендаций по работе отечественных предприятий все чаще обращаются к определению места консалтинга в отечественной и зарубежной экономике, к сопоставлению консалтинговых компаний, в методическом и методологическом плане недостаточно проработанной остается проблема конкурентоспособности консалтинговых компаний. Очевидный недостаток теоретических и практических исследований в этой области определил выбор темы диссертации, целей, задач и предмета исследования.



Цель диссертационной работы – разработать методику оценки конкурентоспособности консалтинговых компаний на основе комплексного сопоставления и отбора нематериальных факторов и определить конкурентоспособность ряда международных и российских консалтинговых компаний.

Задачи исследования заключаются в следующем:

1. раскрыть понятие «консалтинг» и определить специфику консалтинговых услуг;
2. выявить особенности конкуренции на рынке консалтинговых услуг;
3. проанализировать европейский и российский рынки консалтинговых услуг в условиях глобализации мировой экономики и выявить тенденции дальнейшего развития консалтинга в России;
4. оценить существующие методики оценки конкурентоспособности компаний;
5. разработать методику оценки конкурентоспособности консалтинговых компаний на основе сопоставления и отбора нематериальных факторов - составляющих интеллектуального капитала, являющегося системообразующей конструкцией консалтинговой деятельности;
6. на основе предложенной методики оценить конкурентоспособность ряда российских и иностранных компаний на российском рынке консалтинговых услуг.

Объектом исследования являются российские и иностранные консалтинговые компании, работающие на рынке Российской Федерации. **Предметом** исследования является конкурентоспособность указанных компаний на российском рынке.

Методологическая и теоретическая основа работы. Теоретической базой диссертационного исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых и практиков по вопросам консультирования. В процессе исследования использовались системный и комплексный подходы к анализу изучаемых процессов и современные методы обработки статистической информации

Информационной базой исследования, наряду со специальными литературными источниками и периодическими изданиями, послужили законодательные акты РФ, материалы Европейской федерации ассоциаций по экономике и управлению (ФЕАКО), Ассоциации менеджмент-консалтинговых фирм (АМКФ), выкладки компании Kennedy Information, специальное периодическое издание «Эксперт», а также личный опыт работы автора в международной консалтинговой компании. В работе использовались ресурсы сети Интернет, в частности, сайты ведущих международных консалтинговых компаний (www.ey.com, www.pwc.com, www.kpmg.com, www.deloitte.com, www.accenture.com), официальные сайты объединений консультантов (www.feaco.org, www.amcf.org, www.icmci.org, www.mca.org.hk, www.zen-noh-ren.or.jp).



Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

1. разработана концептуальная схема, определяющая место консалтинга в сфере услуг и выделяющая консалтинг из других видов деловых услуг;
2. выявлены особенности конкуренции на рынке консалтинговых услуг, охарактеризована зависимость конкурентоспособности консалтинговой компании от структуры интеллектуального капитала и эффективности его применения;
3. обобщены и систематизированы особенности развития европейского и российского рынков консалтинговых услуг;
4. на основе анализа существующих рейтингов и методов оценки конкурентоспособности компаний доказана необходимость проведения более точных оценок и предложена методика, позволяющая оценивать конкурентоспособность консалтинговых компаний на основе анализа нематериальных факторов;
5. с использованием оригинальной методики выявлены основные нематериальные факторы, влияющие на конкурентоспособность консалтинговых компаний, и проведена оценка и сравнение конкурентоспособности ряда ведущих российских и иностранных компаний.

Практическая значимость диссертации состоит в возможности использования ее выводов и рекомендаций в процессе дальнейшего изучения проблем развития сферы консалтинга. Учитывая возрастающую роль консалтинга в деятельности предприятий, руководство многих отечественных компаний заинтересовано в получении практических рекомендаций о целесообразности и эффективности использования консалтинговых услуг. Выводы и основные результаты исследования представляют практический интерес для российских специалистов, занимающихся вопросами консалтинга и его использования в работе российских и зарубежных предприятий, действующих на российском рынке. Приведенная в работе структурированная информация может использоваться предпринимателями, бизнесменами, маркетологами, российскими производителями, руководителями высшего и среднего звена, менеджерами при принятии решения по выбору консультанта, а также работниками органов государственного управления и муниципальной власти для регулирования и мониторинга развития рынка консалтинговых услуг. Материалы, изложенные в диссертации, могут быть использованы в учебном процессе при подготовке курсов и чтении лекций по мировой экономике, МЭО, международному маркетингу и т.п.

Апробация результатов исследования. Результаты диссертационного исследования докладывались на международных конференциях в ведущих вузах Санкт-Петербурга, в том числе: на международной научно-практической конференции «Мировая экономика на



пороге нового тысячелетия» (СПб, 2003 г.), Восьмой международной научной практической конференции «Интеграция экономики в систему мирохозяйственных связей» (СПб, 2003).

По теме диссертационного исследования опубликовано восемь печатных работ, общим объемом 3 п.л.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, приложений и списка использованной литературы и Интернет-источников, включающего 93 наименования. Объем диссертации 183 стр., включая 22 стр. приложений, 39 рисунков и 26 таблиц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования, проанализирована степень ее научной разработанности, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, сформулированы положения научной новизны, выносимые на защиту, показана практическая значимость работы, а также приведены сведения об апробации результатов исследования.

Глава I «Теоретические основы функционирования рынка консалтинговых услуг» посвящена теоретическим аспектам консультирования и содержит систематизированные и структурированные данные по отрасли консалтинговых услуг в целом: исследуется сущность и определяется понятие «консалтинг»; приводятся классификации консалтинговых услуг, характеристика наиболее распространенных консалтинговых услуг, определяется место консалтинга в сфере услуг; выявляются специфические черты консалтинговой услуги и особенности конкуренции на рынке консалтинга; раскрывается понятие конкурентоспособности компаний в сфере консультационных услуг.

Под консалтингом в диссертационной работе понимается вид интеллектуальной деятельности, осуществляемый профессиональными консультантами и направленный на обслуживание потребностей коммерческих и некоммерческих организаций, а так же физических лиц посредством предоставления им независимых советов и помощи по вопросам их функционирования и развития в форме консультаций, обучения, прогнозирования и исследовательских работ.

Главной специфической задачей консалтинга является процесс производства и продажи консультационной услуги, суть которой заключается в повышении



эффективности деятельности объекта консультирования - организации-клиента и получении прибыли субъектом консультирования - консалтинговой компанией.

Консалтинговые услуги могут быть классифицированы по различным признакам в зависимости от цели классификации. В работе приводятся три вида классификаций:

- 1) попредметная, которая стоит с точки зрения предмета консультирования,
- 2) методологическая, которая стоит с точки зрения метода консультирования,
- 3) международная, которая объединяет в себе элементы двух предыдущих классификаций.

Для понимания места консалтинга в сфере услуг, разработана концептуальная схема, выделяющая консалтинг из других видов деловых услуг. Отрасль деловых услуг представлена в виде совокупности направлений бизнес-услуг, одним из которых является консалтинг. Консалтинговые услуги, в свою очередь, классифицированы с точки зрения метода и предмета консультирования (см. рис. 1).

В работе раскрываются специфические черты консультационной услуги, как одного из вида услуг: (неосвязаемость; неотделимость от источника; непостоянство качества; несохраняемость; низкая капиталоемкость) и дается ряд специфических характеристик: «business to business» тип консультационные услуги; активное потребление консалтинговых услуг государственными структурами; ориентированность потребителя на личный контакт с консультантом; доверие клиента индивидуализированному совету; лояльность клиентов; высокое влияние товарного знака (бренда); уникальность; критичность фактора конфиденциальности; экспортируемость и импортируемость консалтинговых услуг; длительный цикл продажи; слабая выраженность сезонного фактора.

Автор определяет, что по рынок консалтинговых услуг характеризуется тремя основными признаками: 1) свободным доступом к выходу на рынок; 2) большим числом конкурирующих фирм; 3) средней ценовой эластичностью, что позволяет отнести его к рынку монополистической конкуренции.

В работе указывается, что ценовые методы конкурентной борьбы на рынке консалтинга могут использоваться лишь как дополнительный рычаг завоевания потребителя. Основой конкуренции на рынке консалтинга является качество и состав консалтинговой услуги, в котором велика доля интеллектуального капитала. Оптимизация интеллектуального капитала выступает для консалтинговой компании мощным инструментом создания собственного конкурентного преимущества на рынке за счет повышения качества услуг и снижения издержек. Совокупность устойчивых



конкурентных преимуществ, которыми обладает консалтинговая компания, определяет конкурентоспособность на рынке.



Рис.1. Место консалтинга в сфере услуг



Конкурентоспособность компании – это ее экономический, организационный, научно-технический потенциал, обеспечивающий возможность удерживать или расширять занимаемую долю рынка в условиях конкуренции¹. Экономический потенциал определяется выручкой и другими финансовыми показателями компании, то есть ее материальными активами. Проведенный анализ существующих методов оценки конкурентоспособности (матричный метод; метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги; метод, основанный на теории эффективности) показал, что все они отражают преимущественно экономический потенциал компаний. Организационный и научно-технический потенциал, который определяется нематериальными активами, такими как репутация компании, квалификация ее специалистов и руководящего персонала, информационно-технологическая поддержка деятельности и т.д. не оценивается в полной мере с помощью существующих методов.

В Главе II «Исследование рынка консалтинговых услуг» автор анализирует основные характеристики, особенности и тенденции развития европейского и российского рынков² консалтинговых услуг в условиях глобализации мировой экономики. Исследование строится на анализе предложения и спроса консалтинговых услуг и сложившейся системы регулирования рынка.

Основные характеристики европейского рынка по состоянию на 2004-2005 г.г.:

Анализ предложения выявляет следующие показатели европейского рынка консультирования:

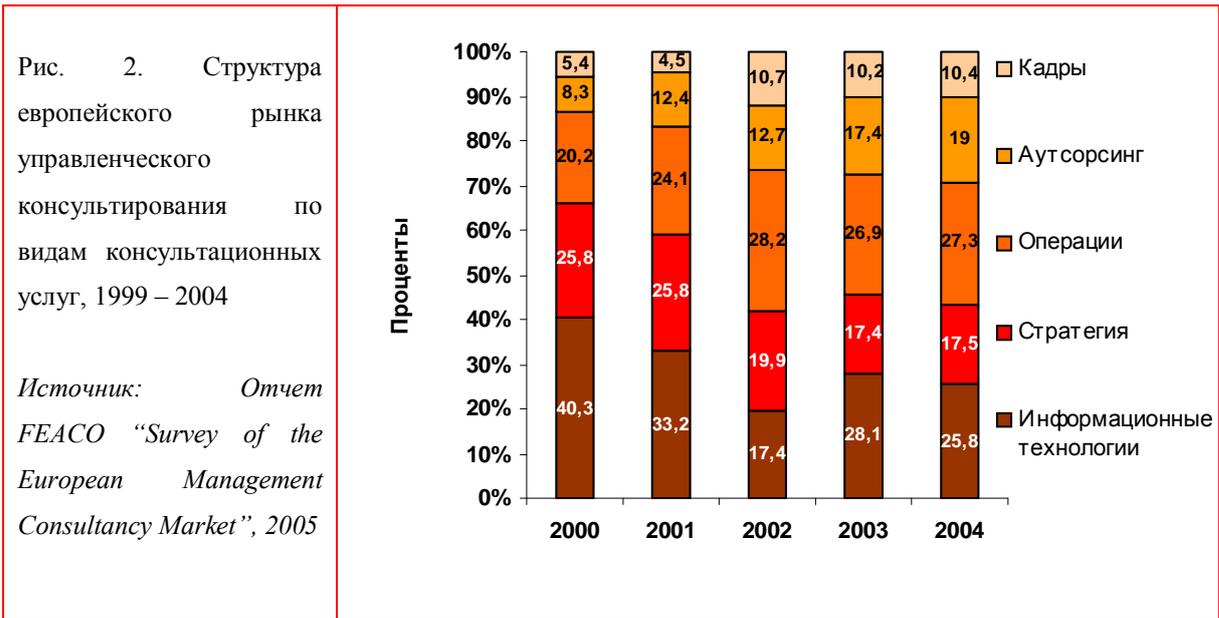
- рынок представлен 60,000 компаниями, специализирующимися в области управленческого консалтинга, в которых занято 315 000 консультантов;
- средние почасовые ставки европейских консультантов, используемые при формировании цены на консалтинговые услуги колеблются от 383 долл./час у управляющего партнера, 280 долл./час - старшего консультанта, 218 долл./час – консультанта, до 163 долл./час - младшего консультанта;
- крупные фирмы обслуживают порядка 56% рынка, средние – 29% и мелкие - 15% рынка;
- емкость европейского рынка оценивается в 48 млрд. евро (60% всего объема мирового рынка управленческого консультирования);
- среднегодовой темп роста рынка составляет около 4%;
- доля консалтинговых услуг в ВВП Европы - 0,44%.

¹ Еремеева Н.В. Конкурентоспособность товаров и услуг. – КолосС, 2006, с.9

² В исследование не включены крупные американский и азиатский рынки консалтинговых услуг по причине недоступности необходимой статистической информации, территориальной отдаленности этих рынков от



Структура предложения консалтинговых услуг на рынке показана на рис. 2.



Анализ спроса демонстрирует следующие показатели:

- доля спроса на консалтинговые услуги в Европе с 2002 по 2004 годы характеризуется максимальными индикаторами для правительственных учреждений (16,8%), банковского (11,5%) и энергетического (9,9%) секторов. минимальная доля спроса приходится на сектор здравоохранения и фармацевтики (3,4%) и личные услуги (3,5%);
- в структуре спроса по странам наибольшая доля приходится на Великобританию (31,2%) и Германию (27,6%), средний показатель характерен для Франции (11,8%) и Испании (5,5%), минимальный уровень спроса наблюдается в Греции (0,4%) и Португалии (0,8%);
- степень востребованности различных консультационных услуг характеризуется максимальными индикаторами в 1998-2001 гг. по информационным технологиям, уступившим первенство аутсорсингу и операционному менеджменту в 2001-2006 гг.

Показатели и тенденции, присущие европейскому консалтингу, могут рассматриваться в качестве прогноза развития российского рынка консалтинговых услуг.

Основные характеристики российского рынка по состоянию на 2004-2005 гг.:

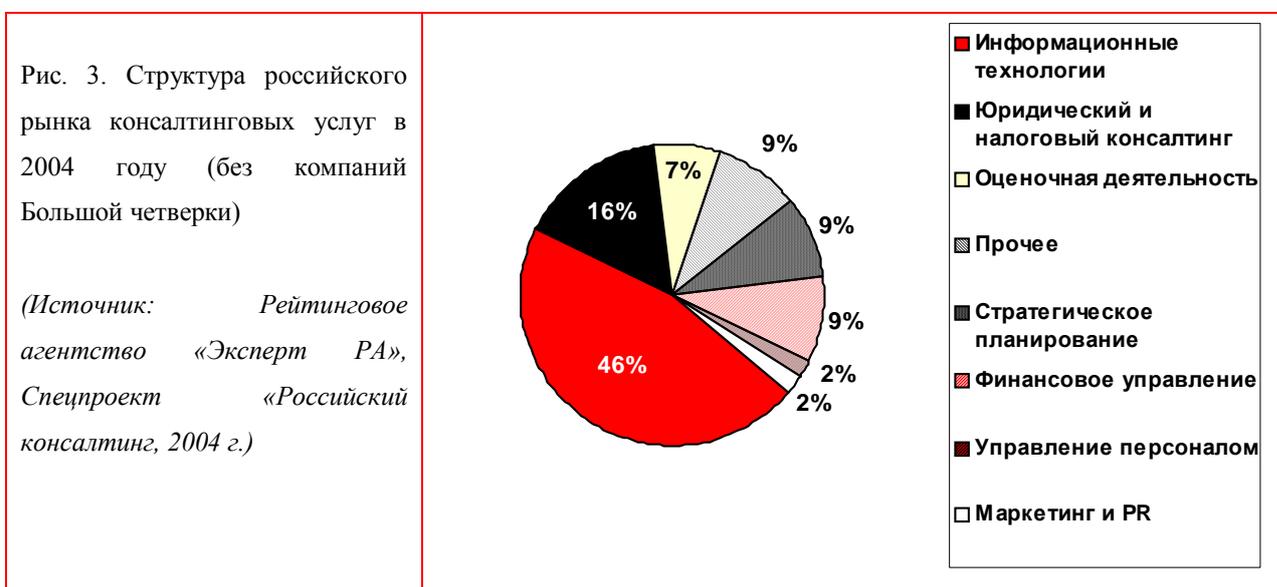
Показатели предложения характеризуются следующими цифрами:

- рынок представлен около 3,000 компаниями, в которых занято приблизительно 45,000 консультантов;



- средние почасовые ставки российских консультантов, используемые при формировании цены на консалтинговые услуги составляют: управляющий партнер – 148 долл./час, старший консультант – 90 долл./час, консультант – 30 долл./час, младший консультант – 15 долл./час;
- крупные фирмы обслуживают около 75% рынка, средние – 22% и мелкие – 3% рынка;
- емкость российского рынка оценивается в 1,300 млн. долларов и, по прогнозам аналитиков, в 2006 году вырастет до 1,500 млн. долларов.
- годовой темп роста российского рынка консалтинговых услуг в среднем составляет 60%, что превышает темпы роста консалтинга в любой из европейских стран.
- доля консалтинговых услуг в ВВП страны – 0,04%.

Структура предложения консалтинговых услуг на рынке показана на рис. 3.



Анализ спроса характеризуется следующими показателями:

- максимальный спрос на услуги консультантов предъявляет промышленный сектор российской экономики – его доля в общем объеме спроса 46,3%, за ним следует банковская сфера – 9% и сектор телекоммуникаций – 5,8%.
- структура спроса на консультационные услуги характеризуется «догоняющим эффектом» отечественной экономики по сравнению с европейским бумом на информационные технологии 1998-2001 гг. на долю ИТ-сектора в России приходится 46% всего консалтингового рынка.
- отмечается рост ранее стагнировавших отраслей консалтинга: маркетинга, отношения с общественностью и управление персоналом. Очевидны предпосылки активного развития аутсорсинга и операционного менеджмента.



Сложившаяся система регулирования и саморегулирования рынка консалтинговых услуг, как в России, так и в Европе, состоит из следующих элементов:

1. система государственных нормативных актов, прямо или косвенно регулирующих рынок профессиональных услуг;
2. международные стандарты качества предоставления услуг – стандарты ISO – 9001, стандарты Европейского фонда управления качеством (EFTQM), российские стандарты ГОСТ Р ИСО 9000-2001 (разработанные на основе стандартов ISO);
3. внутренние кодексы этики и стандартов практики профессиональных ассоциаций консультантов и других специалистов в области профессиональной поддержки бизнеса;
4. системы правил наймов консультантов, принятых в правительственных и межправительственных организациях: ЕС, ЕБРР, Мировом банке и т.д.;
5. системы внутренних правил консалтинговых фирм;
6. системы правил отбора и найма консультантов у фирм-клиентов.

Развитие мирового, региональных и национальных рынков консалтинговых услуг, усиление конкуренции между ними, складывающаяся разноуровневая система регулирования стимулируются научно-техническим и производственно-технологическим прогрессом, либерализацией экономики и торговой политики, что в свою очередь, взаимосвязано с усилением глобализации и мощи транснациональных корпораций. В качестве примера деятельности и влияния ТНК на рынке консалтинга рассматриваются компании «Большой четверки» - PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, KPMG и Deloitte Touche Tomatsu. В ходе изучения влияния глобализационных процессов на российский рынок консалтинговых услуг и основных положений российского антимонопольного законодательства, было установлено, что на отечественном консалтинговом рынке нет угрозы создания монополий и существуют широкие возможности для конкуренции.

В Главе III «Оценка конкурентоспособности консалтинговых компаний на российском рынке на основе нематериальных факторов» проводится анализ конкурентной среды, сложившейся на российском рынке консалтинга; разрабатывается методика оценки конкурентоспособности консалтинговых компаний на основе комплексного сопоставления и отбора нематериальных факторов конкурентоспособности; проводятся практические расчеты по определению конкурентоспособности ряда международных и крупных российских консалтинговых компаний.

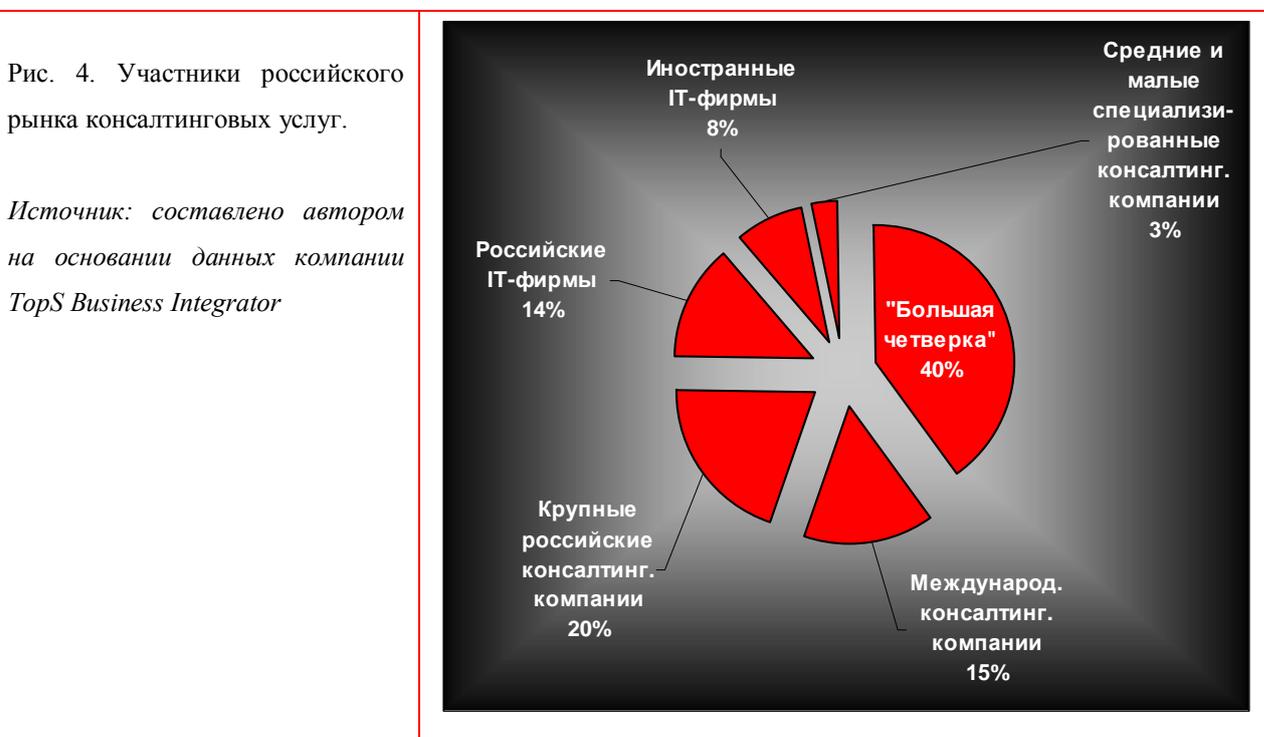
В ходе анализа конкурентной среды определяются группы основных игроков и их доли на рынке консультационных услуг, сравниваются преимущества российских и



иностранных консультантов, определяется концентрация консалтинговых компаний в различных отраслях экономики.

Российский рынок консалтинговых услуг поделен между следующими группами контрагентов (рис. 4.):

- 1) компании Большой четверки;
- 2) крупные международные компании, специализирующиеся исключительно на консалтинге;
- 3) крупнейшие российские консалтинговые компании;
- 4) западные компании, занимающиеся разработкой и внедрением программного обеспечения;
- 5) российские фирмы, специализирующиеся в области IT- технологий;
- 6) средние и мелкие специализированные фирмы.



Конкурентная борьба между зарубежными и крупными российскими консалтинговыми компаниями, такими как IBS, «Сибинтек», «БДО Юникон Консалтинг», ИКГ «РОЭЛ Консалтинг» и др., разворачивается, главным образом, на рынке крупных российских промышленных, сырьевых и телекоммуникационных компаний, ориентированных, в основном, на внутренний рынок. Средние и мелкие консалтинговые компании конкурируют преимущественно на поле мелкого и среднего бизнеса.

Максимальная концентрация консалтинговых компаний наблюдается в таких отраслях экономики как машиностроение, металлообработка, торговля и транспорт. В каждой из этих отраслей работает от 21 до 25 консалтинговых компаний, что



характеризует высокий уровень конкуренции. Средний уровень конкуренции наблюдается в таких отраслях как лесная и легкая промышленность, нефтегазовая, пищевая промышленность (от 11 до 15 компаний). Наименьший уровень конкуренции между консалтинговыми фирмами наблюдается в угольной промышленности и секторе страхования (от 1 до 5 компаний).

С увеличением спроса на консалтинговые услуги и ростом конкуренции на рынке консалтинга появляется необходимость в оценке конкурентных позиций консалтинговых компаний, что привело к возросшей популярности рейтингов, которые косвенно и не в полной мере отражают конкурентоспособность компаний. Центральным компонентом третьей главы является разработка авторской методики, позволяющей оценить конкурентоспособность консалтинговых компаний на основе сопоставления и отбора нематериальных факторов, являющихся составляющими интеллектуального капитала. Такие факторы обычно не отражаются в финансовой отчетности и не берутся в расчет при составлении рейтингов.

Для проведения исследования использовался метод экспертных оценок. В качестве оценочных показателей выступали нематериальные факторы, влияющие на конкурентоспособность консалтинговых компаний на российском рынке. В результате математико-статистической обработки полученных экспертных оценок были выявлены семь основных факторов:

- 1) репутация, рекомендации и известность компании,
- 2) опыт и квалификация специалистов,
- 3) количество штатных консультантов различной специализации,
- 4) опыт и квалификация руководящего персонала,
- 5) наличие крупных корпоративных клиентов,
- 6) налаженные клиентские связи и отношение к клиенту,
- 7) современная информационно-методологическая поддержка профессиональной деятельности.

Все полученные факторы являются составляющими интеллектуального капитала, что позволяет сделать вывод о том, что оптимизация интеллектуального капитала может стать для консалтинговой компании мощным инструментом создания собственного конкурентного преимущества на рынке.

На следующем этапе исследования на основе экспертных оценок, проведенных по отобранному семи факторам, были рассчитаны обобщающие показатели конкурентоспособности компаний, работающих на российском рынке (табл. 1).



Таблица 1. Места компаний на российском рынке консалтинговых услуг по отобранному показателю конкурентоспособности

Компании	Обобщающий показатель конкурентоспособности *	Место на рынке
PricewaterhouseCoopers	9,4	1
Ernst&Young	9,3	2
IBS	9,2	3
KPMG	8,9	4
Deloitte&Touche	8,9	5
"Компьюлинк"	8,0	6
"БДО Юникон Консалтинг"	7,8	7
"Ланит"	6,9	8
ИКГ "РОЭЛ Консалтинг"	6,9	9
ФБК (PKF)	6,8	10
Институт проблем предпринимательства	6,5	11
"ТопС Бизнес Интегратор"	6,3	12
Городской центр экспертиз	6,1	13
"Объединенные консультанты ФДП"	6,1	14
SAP	5,9	15

*Обобщающий показатель конкурентоспособности рассчитан по 10-тибалльной шкале

Конкурентные позиции компаний, рассчитанные на основе анализа нематериальных факторов, отличаются от позиций этих же компаний в существующих рейтингах, построенных на основе выручки. Таким образом, приведенная методика может использоваться совместно с рейтингами консалтинговых компаний, основанными на анализе материально-вещественных показателей, что позволит более полно и объективно оценить конкурентоспособность консалтинговых компаний в целях научных исследований, а также в интересах практической деятельности компаний на рынке.

В Заключении формулируются основные выводы диссертационного исследования.



ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ:

Научные статьи в журналах, рекомендуемые ВАК

- 1) Власова Ж.И. Оценка конкурентоспособности консалтинговых компаний на российском рынке// Инновации. – 2006. - №4. – С. 108-110 (0,5 п. л.)
- 2) Власова Ж.И. Конкурентоспособность консалтинговых компаний на российском рынке// Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. – 2006. - №4. – С. 130-134 (0,5 п.л.)

Научные статьи, доклады

- 3) Власова Ж.. И. Мировой рынок консалтинга // Материалы Восьмой международной научно-практической конференции «Интеграция мировой экономики в систему мирохозяйственных связей». – СПб.: СПбГТУ, 2003. – С. 38-39 (0,2 п. л.)
- 4) Власова Ж. И. Принципы и методы формирования стоимости консалтинговых услуг // Материалы Девятой международной научно-практической конференции «Интеграция мировой экономики в систему мирохозяйственных связей». – СПб.: СПбГТУ, 2004. – С. 51-52 (0,2 п. л.)
- 5) Власова Ж.. И. Рынок консалтинговых услуг // Материалы международной научно-практической конференции «Мировая экономика на пороге нового тысячелетия». СПб.: СПбГУ, 2003. - С. 8 (0,2 п. л.)
- 6) Власова Ж.. И. Правовые основы рынка консалтинговых услуг // Материалы Международной научной конференции «Актуальные проблемы экономической науки и хозяйственной практики». СПб.: СПбГУ, 2004. - С. 93-95 (0,3 п.л.)
- 7) Власова Ж. И. Специфика международной торговли консалтинговыми услугами // Актуальные проблемы экономической науки и хозяйственной практики: сборник научных статей докторантов и аспирантов экономического факультета СПбГУ. СПб, 2004 год С. 38-46 (0,9 п. л.)
- 8) Vlasova Zh., Vasutin R. Oblast Investors Get More Concessions // St. Petersburg Times, 5.08. 2003 г. (0,2 п.л.)